الفئات الرأسمالية الجديدة

والأوضاع الاحتكارية فى السوق المصرية

محمود عبد الفضيل

[١]

ليس هناك من شك فى ضرورة قيام قطاع أعمال خاص قوى فى مصر، لأن عملية التنمية ينوء بحملها القطاع العام وحده. ويمكن تشبيه الموقف، بسيارة تريد أن تنطلق بسرعة على الطريق .. ولكن لابد لها من عجلتين أماميتين، وعجلتين خلفيتين. وحسب مراحل التطور الاقتصادى، قد تكون العجلتان الأماميتان والخلفيتان هما القطاع العام، كما كان الحال فى الستينيات ومعظم السبعينيات. بينما فى ظل «اقتصاد السوق» وعمليات «الخصخصة»، قد تكون العجلتان الأماميتان هما قطاع الأعمال الخاص، والعجلتان الخلفيتان هما قطاع الأعمال العام. ولكن ذلك يتطلب شروطًا خاصة تتعلق بالدور التنموى لقطاع الأعمال الخاص، وإلا ظلت العجلتان الأماميتان للقطاع العام، والعجلتان الخلفيتان للقطاع الخاص.

وإذا ما دققنا النظر فى طبيعة «الفئات الرأسمالية الجديدة» فى مصر، نجد أنها تعتمد فى تمويل جانب هام من أنشطتها الاقتصادية على:

(١) تدفقات أموال المعونات الأجنبية.

(٢) الاقتراض المفرط من القطاع المصرفى.

(٣) الحصول على «التوكيلات التجارية»، من «الشركات دولية النشاط»، لتسويق وترويج «المنتجات الأجنبية» لتلك الشركات.

(٤) الاعتماد على وجود درجة عالية من «الاحتكار» فى السوق المحلية، تساعدها على تحقيق أرباح احتكارية «وغير تنافسية».

كما أن هياكلها القانونية والتنظيمية تقوم على نظام الشركات العائلية «المفتوحة» أو المغلقة، فلا توجد جمعيات عمومية حقيقية تحاسب وتسلط الضوء على أنشطة الشركات وممارسات مجالس الإدارة التى تسيطر عليها «العائلية»!

وكل هذه العناصر تؤثر بدورها على «مرجعيتها» الفكرية وعلى منطق تطورها الاقتصادى والاجتماعى.

وفى أحوال كثيرة، نجد أن العديد من تلك «الفئات الرأسمالية الجديدة» تقوم بالتوسع فى نشاطها بالاعتماد المفرط على الاقتراض (من المصارف وغيرها من القنوات التمويلية)، وتقوم بالتوسع غير الرشيد فى أنشطتها مادام يحقق «الربح»، وبغض النظر عن «العائد الإنمائى». ولا غرو فى ذلك مادام التوسع فى النشاط يتم «بأموال الغير»، مما يؤدى إلى «تحميل المخاطر» للممولين.

كذلك، فإن تلك «الفئات الرأسمالية» غير منشغلة بقضية الاختراع والتجديد، ناهيك عن التجويد الذى يجعل السلعة قابلة للتصدير والتنافسية فى الأسواق العالمية (باستثناء منتجات محدودة، مثل السجاد والسيراميك). ودعونا نقارن ذلك السلوك بما أنجزه رجال الأعمال المبدعون فى بقاع أخرى عديدة فى العالم. وخير مثال لذلك هو «أكيو موريتا» (Akio Morita)، مؤسس ورئيس



فى أحوال كثيرة، نجد أن العديد من تلك «الفئات الرأسمالية الجديدة» تقوم بالتوسع فى نشاطها بالاعتماد المفرط على الاقتراض (من المصارف وغيرها من القنوات التمويلية)، وتقوم بالتوسع غير الرشيد فى أنشطتها مادام يحقق «الربح»، وبغض النظر عن «العائد الإنمائى». ولا غرو فى ذلك مادام التوسع فى النشاط يتم «بأموال الغير» مما يؤدى إلى «تحميل المخاطر» للممولين



«شركة سونى» (SONY) اليابانية الذى توفى فى أكتوبر ١٩٩٩. فلقد بدأت «شركة سونى» بداية متواضعة للغاية عام ١٩٤٦، بعدد لا يزيد على عشرين موظفاً، وانتهت فى التسعينيات بكونها إمبراطورية كبرى للأعمال، ذات سمعة عالمية ذائعة الصيت.

ولقد اهتم «موريتا» منذ البداية، بالتجديد والاختراع والدقة المتناهية فى تصنيع المنتجات. إذ يشير «موريتا» فى الكتيب التأسيسى لشركة «سونى» إلى أنه: «يجب أن تكون الشركة مكانًا مثاليًا للعمل، يحقق السعادة والديناميكية لجميع أفراد فريق العمل، على اختلاف مستويات مهاراتهم ودرجاتهم الوظيفية. وأن يتم التركيز على الأنشطة الجادة وليس لمجرد تحقيق الربح. كما يجب ألا نسعى نحو التوسع فى الحجم والنشاط لمجرد التوسع .. بل يجب أن يواكب كل موجة توسع، أنشطة جديدة «ذات محتوى ابتكارى».

ونتيجة هذه السياسة، أصبحت مصانع «سونى» تنافس أكبر الشركات الدولية الكبرى فى البلدان الغربية الكبرى، التى ترسخت أقدامها فى السوق الدولية منذ عشرات السنين. وهكذا منذ البداية، كان «موريتا» يضع نصب عينيه دائماً كيف يحول منتج «سونى» اليابانى إلى منتج يحمل علامة تجارية له صفة «العالمية»، يخترق الأسواق الدولية «بسرعة الصوت»!



وهكذا يكون «رجال الأعمال» العظام: بعيدى الرؤية، يتحملون المخاطر، ويحققون «العالمية» انطلاقاً من «المحلية». ونتيجة لكل هذه الجهود أصبحت «شركة سونى»، ليست مجرد شركة يابانية، بل شركة من الشركات التى تصنع سمعة اليابان كعملاق اقتصادى على الصعيد العالمى، وتساهم فى دعم ميزان المدفوعات اليابانى. وانطلاقاً من هذه «المعادلة»، يتحقق التوافق الكامل بين ربحية المشروع الخاص، من ناحية، والنفع العمومى للاقتصاد الوطنى والمجتمع فى مجموعه، من ناحية أخرى. ولقد ألحّ الراحل «طلعت حرب» (مؤسس بنك مصر وشركاته)، على تلك العلاقة الوثيقة بين «المنافع العمومية» و«الربحية الخاصة». وكان يؤكد دوماً على أنّ الثروة الفردية إذا لم تتحول فى ذات الوقت إلى ثروة عمومية، فلن ينجح «قطاع الأعمال الخاص» أن ينهض بمهامه فى تحقيق تنمية اقتصادية حقيقية، وتحقيق الرخاء لمجمل أفراد المجتمع.

ولعلّ خير ما ندلل به على ذلك، قول «طلعت حرب» فى حفل الغرفة التجارية بالإسكندرية (مايو ١٩٣٥)، بمناسبة مرور خمسة عشر عاماً على تأسيس بنك مصر: «ليس يهم بنك مصر بالنسبة لطبقات الأمة كلها، وخاصة طائفة التجار، أن يعنى بالمال وحده قدر ما يهمه من أمر الأخلاق وما ينطوى تحت الأخلاق من معانى الشرف واحترام العهود. ونحن نقول اليوم إننا لا نستغل المال حباً فيه، فإننا لسنا من عباده أو ممن يتعلقون بنواصيه. إنما نحن نعرف أن المال قوة فى هذا العالم، وأن المال كما يكون قوة للشر فى أيدى الأشرار، كذلك يكون قوة للخير فى أيدى الأخيار».

[٢]

ويمكن بصفة عامة، رصد نماذج من الأوضاع «ذات الطبيعة الاحتكارية» فى السوق المصرية، على النحو التالى:

١ - اقتسام السوق بين شركتين رئيسيتين، أو ما يسمى فى علم الاقتصاد بالاحتكار الثنائى(Dupoly) وينطبق ذلك بشكل واضح على سوق التليفون المحمول. إذ تقتسم «سوق التليفون المحمول» شركتان هما «موبينيل» (بنسبة ٥٧٪ من جملة السوق) و«كليك» (بنسبة ٤٣٪ من الحصة السوقية).

٢ - ظهور «احتكار القلة» (Oligopoly) فى سوق بعض السلع الاستراتيجية مثل: الأسمنت، الحديد، الأغذية والمشروبات. وعلى سبيل المثال، فإن التركيبة الاحتكارية «لسوق الأسمنت» هى على النحو التالى: السويس وطره ٣٠,١٪، حلوان ١٢,٤٪، الأهلية ١١,٢٪، الأميرية ١٠,٧٪، المصرية للأسمنت١١,٩ (وهى عبارة عن تحالف بين مجموعة «أوراسكوم» بنسبة ٥٣,٧٪ من رأس المال وهولدربنك التى تمتلك النسبة الباقية)، وأسيوط ١٤,١٪. وهكذا تسيطر الشركات الست، على نحو ٩٠,٤٪ من جملة «سوق الأسمنت» فى مصر.

كذلك تتعدد مظاهر «احتكارات القلة» فى السوق المصرية. ومثال ذلك تحكم بعض كبار التجار فى التسويق المحلى للخضر والفاكهة تلك التى تصل قيمتها الإجمالية عام ١٩٩٦ إلى نحو ١٦ مليار جنيه. وكذلك تجارة الدواجن التى تبلغ قيمتها السوقية نحو ٣ مليارات جنيه فى السنة، والبيض الذى تبلغ قيمة المتعامل عليه محلياً نحو ٧٠٦ ملايين جنيه سنوياً. كما يتعامل نحو ٤٪ فقط من تجار الجلود فى حوالى ٤٣٪ من القيمة الكلية للجلود فى السوق المصرية، وهناك عدد محدود من المنشآت يتعامل فى نحو ٤٥٪ من القيمة الكلية للجلود المدبوغة فى السوق. (راجع: الأهرام الاقتصادى، العدد الصادر فى ٢٢ / ١١ / ٢٠٠١، ص ٤).

٣ - شيوع حالة المنافسة الاحتكارية، حيث يوجد العديد من البائعين، ولكن يقومون بتمييز منتجاتهم عن طريق العلامات التجارية والدعاية والإعلان، مما يؤدى إلى خلق مزايا احتكارية فى مجال التسعير.

كذلك هناك مخاطر نشوء «أوضاع احتكارية» فى المستقبل، فى بعض قطاعات الخدمات الحيوية مثل: قطاع المستشفيات والعلاج الطبى، قطاع المواصلات، قطاع توزيع الكهرباء، قطاع الاتصالات. وتلك قطاعات حيوية تقوم بتقديم خدمة السلع العامة للمواطنين بغض النظر عن مستويات دخولهم. ونشوء أوضاع احتكارية فى تلك القطاعات يؤدى إلى ممارسة أساليب احتكارية للتسعير، قد لا تتناسب مع «القدرة على الدفع» لمستهلكى الطبقة الوسطى، ناهيك عن عدم قدرة الفئات الشعبية على الاستفادة من تلك الخدمات بالجودة المناسبة والسعر المناسب، فى ظل تلك الأوضاع الاحتكارية.



ولذا، فإنه فى ظل عمليات «الخصخصة» و«عمليات التحرير السعرى» الجارية، هناك مخاطر شديدة تحيط بنشوء «أوضاع احتكارية» فى سوق بعض السلع والخدمات الرئيسية فى الاقتصاد المصرى. ومن المعروف، كما جاء فى الكتب المدرسية، أن «سلوك المحتكر» يؤدى، فى أحوال كثيرة، إلى «تقييد الإنتاج»، من ناحية، وفرض «أسعار احتكارية» فى السوق، أى السيطرة على «الكميات» و«الأسعار» معاً. وقد سبق أن شدد الاقتصادى البولندى البارز «مايكل كاليسكى» (M. Kalecki) على ضرورة التعرف على «درجة الاحتكار» فى فروع النشاط الاقتصادى المختلفة، من خلال دراسة «سياسات التسعير»، ولا سيما من خلال حساب نسبة «هوامش الربح» إلى «التكلفة الأولية» للسلعة أو الخدمة.

وأخيراً، لا بد من التنويه بأن «التكنولوجيا السائدة» لبعض فروع الإنتاج والخدمات تتطلب حداً أدنى من الحجم ورأس المال، لكى تتم الاستفادة من «وفورات الحجم» ومزايا الإنتاج الكبير. الأمر الذى يجعل السوق فى تلك الأنشطة تحكمها «منافسة القلة» بالضرورة.

[٣]

وعلى صعيد «المجموعات المالية الكبرى» ذات الطبيعة القابضة، يمكن رصد ما يمكن تسميته «العشرة الكبار» فى هذا المجال. تلك المجموعات التى توسع نشاطها بشكل هائل خلال حقبة التسعينيات، لتشكل «إمبراطوريات» جديدة فى عالم المال والأعمال، وهى:

١ - مجموعة أنسى ساويرس (وآل ساويرس).
٢ - مجموعة منصور والمغربى.
٣ - مجموعة النساجون الشرقيون (محمد فريد خميس وشركاه).
٤ - مجموعة أحمد عز.
٥ - مجموعة إبراهيم كامل.
٦ - مجموعة أحمد بهجت.
٧ - مجموعة محمد أبو العينين.
٨ - مجموعة شركات «غبّور».
٩ - مجموعة طلعت مصطفى.
١٠ - مجموعة سلام (أوليمبيك).

ويوضح الجدول (١) بياناً بأهم المؤشرات المالية والاقتصادية لتلك «المجموعات القابضة» التى تم نشر ميزانيات وقوائم مالية حديثة لها. ويلاحظ أنه لم يتم نشر قوائم مالية «منفردة» أو «مجمعة» للمجموعات التالية:

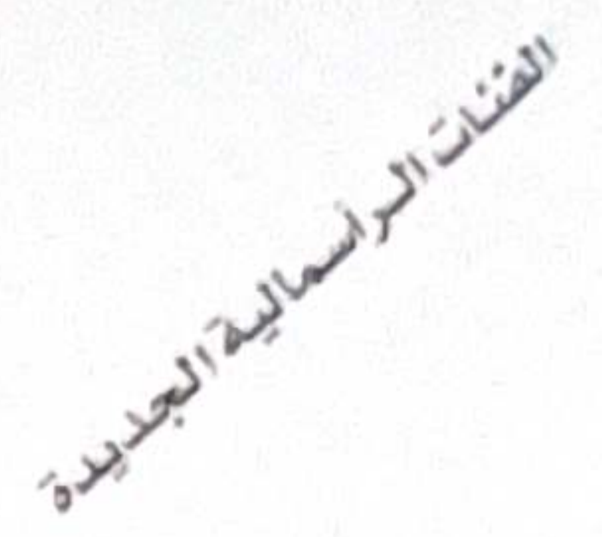
- مجموعة شركات «إبراهيم كامل».
- مجموعة «منصور والمغربى».
- مجموعة «أبو العينين».
- مجموعة شركات «غبور».

هذا ناهيك عن «مجموعة البليدى»، التى قضت نحبها مؤخراً، رغم أنها كانت من أقدم المجموعات. ولعل السبب فى ذلك هو أنها ذات «طبيعة عائلية مغلقة»، ولا تعقد لها جمعيات عمومية تستدعى نشر القوائم المالية.

ورغم الطابع المختصر لمعظم تلك القوائم، ومحدودية درجة الإفصاح (degree of disclosure) التى

ألحّ الراحل «طلعت حرب» (مؤسس بنك مصر وشركاته)، على تلك العلاقة الوثيقة بين «المنافع العمومية» و«الربحية الخاصة». وكان يؤكد دوماً على أنّ الثروة الفردية إذا لم تتحول فى ذات الوقت إلى ثروة عمومية، فلن ينجح «قطاع الأعمال الخاص» أن ينهض بمهامه فى تحقيق تنمية اقتصادية حقيقية، وتحقيق الرخاء لمجمل أفراد المجتمع





جدول (١) بيـــان بأهم المؤشـــرات الماليـــة
والاقتصاديـــة لعــدد مـــن المجموعـــات القابضـــة

المصدر: أحدث القوائم المالية المنشورة

م	اسم الشركة القابضة (المجموعة)	النشاط الرئيسي	تاريخ التأسيس	حجم رأس المال المدفوع: مليون جنيه	حجم رأس المال المدفوع: الرصيد في	نسبة المساهمة العائلية في رأس المال	الشركات التابعة: عدد الشركات	الشركات التابعة: متوسط نسبة مساهمة «الشركة الأم»	حجم الأرباح: مليون جنيه	حجم الأرباح: الرصيد في	إجمالي الالتزامات (مليون جنيه)	نسبة إجمالي الخصوم إلى حقوق الملكية
١	شـــركـــة أوراسكوم تيليكوم القابضة	خدمات الاتصالات والتليفون المحمول		٩٠٠	يونيو ٢٠٠٠							(القـــروض إلى صـــافي حـــقـــوق الملكيـــة) ١:٣,٧ (الديون إلى صافي حقوق الملكية)
٢	شـــركـــة أوراسكوم هولدنج للفنادق	فنادق ومنشآت سياحية		٤٥٢,٤	مايو ١٩٩٨		١٩	٪٨٨,٨	٣- (خـــســـائر مرحلة)	ديسمبر ١٩٩٩	٤٩٧,٤	١:١,٠٩
٣	الشركة القابضة للاستثمارات المالية (لكح جروب)	توريد المعــدات الطبـيــة والوســاطة في مــجـــال الاستثمارات المالية	نوفمبر ١٩٩٨	١٤٤٩,٩	ديسمبر ٢٠٠٠	٪٥٧,٧٠	٨	٪٩٧,٧	٢٩٩- (خـــســـائر مرحلة)	ديسمبر ٢٠٠٠		١:١,٣
٤	مجموعة العز											
٤/١	شـركـة العـز لصناعـة حـديد التسليح	صـنـاعـــة وتجـــارة وتوزيع مـــســتلزمـات مـــواد البناء وصناعة الحديد بجميع أنواعه	أبريل ١٩٩٤	٤٣٠	ديسمبر ١٩٩٩		١	٪٩٠,٧				١:٣,٢
٤/٢	شـركـة العـز للسـيـرامـيك والبورسلين (الجوهرة)	صناعـــة وتجـــارة وتوزيع بلاط الســيـرامـيك وبلاط البورسلين	يناير ١٩٩٥	١٨١	ديسمبر ١٩٩٩		١	٪٩٧,٨				١:١,٩
٥	شـركـة أوليـمـبـيك جـروب للاستثمارات المالية (مجموعة السلام)	إنتاج السخانات والمنتجات الهندسية	١٩٩٢ (دمج شركة نيازي سلام واوليمبيك الكتريك)	٣٤٠,٩	ديسمبر ٢٠٠٠		٩	٪٧١,٣	٥٤,٢٥٦	للفترة ١/٤-٣١ ديسمبر ٢٠٠٠	١٨٨,٢	١:٠,٤٩ (التـــزامـــات متداولة: حقوق الملكية)
٦	شركة الاسكندرية للاستثمار العـقـاري (طلعت مـصـطفى وشركاه)	العـمل في كـافـة مـجـالات الاستثمار العقاري، وإقامة المجمعات والوحدات السكنية	نوفمبر ١٩٨١ ١٩٨٤	١٩٥	ديسمبر ٢٠٠٠	٪٤٢,٥٧	٣	٪٢٩,٦	٤٤,٢	ديسمبر ٢٠٠٠	٢٤٥	١:١,٠٢
٧	شركة النساجون الشرقيون	صناعة السجاد		١٢٥	ديسمبر ٢٠٠٠		٣	٪٨٥,٢	٪١٢٥,٨	ديسمبر ٢٠٠٠	٤٥٢,٩	١:١,٤
٨	المجـمـوعـة المالـيـة المصـرية (هيرمس)	القيام بالخدمات والسمسرة المالية بأنواعها		١٢٢,٥	ديسمبر ٢٠٠٠		١٢	٩١,٤	٥٣,٠١	ديسمبر ٢٠٠٠	٣٠٩٤ (الالتزامات المتداولة)	١:١,٤ (الالتـــزامـــات المتـــداولة إلى حقوق المساهمين)
٩	شـركـة الأهرام للمـشـروبات (مجموعة الزيات)	صناعة وبيع البيرة الكحولية وغير الكحولية والنبيذ والمياه الغازية والمولت والمشروبات الأخرى	تم شراء الشركة القائمة التي تأسست عام ١٩٦١	١٠٢,٤٥	ديسمبر ٢٠٠٠		٣	٪٩٨,٠	١٧٢,٣٩	ديسمبر ٢٠٠٠		١:٠,٤٢ (الالتـــزامـــات مـــتـــداولة إلى حـقـوق الملكيـة) (الالتـــزامـــات طـويلـة الأجـل تساوي الصفر)
١٠	شركة إنترناشونال إلكترونكس العالمية للإلكترونيات (أحمد بهجت وشركاه)	تصنيع الأجهزة الكهربائية والإلكترونية بكافة أنواعها وصيانتها والإتجار فيها	يناير ١٩٨٥	٥٤	ديسمبر ٢٠٠٠		٦	٪٦٠,٠	٤٩,٢٤-	ديسمبر ٢٠٠٠	٧٤٨	٤,٩:١ (الالتزامات إلى حـقـوق المساهمين)

تحويها تلك القوائم، فقد أمكن لنا تركيب الجدول (١) ليشير إلى أهم السمات الاقتصادية والمالية، لتلك المجموعات، وهى:

(١) حجم رأس المال المدفوع.

(٢) نسبة المساهمة العائلية (الأبناء والزوجات والأصهار).

(٣) عدد الشركات التابعة، ومتوسط نسبة المساهمة فى رؤوس أموالها.

(٤) نسبة حقوق الملكية إلى مجموع الالتزامات (قروض ودائنون)، أو ما يسمى فى الكتابات المالية المتخصصة (gearing ratio).

(٥) حجم الأرباح السنوية.

وفى ضوء بيانات هذا الجدول، يمكن إبداء عدد من الملاحظات حول بعض «الخصائص البنيوية» لتلك «المجموعات القابضة»:

١ـ أن هناك طبيعة عائلية غالبة فى هيكل ملكية تلك المجموعات المالية القابضة. وتتراوح تلك الصبغة العائلية من شركات تكاد تكون مغلقة بالكامل (مجموعة العز، الأهرام للمشروبات، المجموعة المالية المصرية هيرمس)، إلى شركات نشأت نشأة عائلية ثم تم بيع حصة محدودة من رأس المال إلى الجمهور عن طريق الاكتتاب العام (مجموعة النساجون الشرقيون، شركة الإسكندرية للاستثمار العقارى «طلعت مصطفى وشركاه).

٢ـ ارتفاع عدد الشركات التابعة للشركة الأم، التى تصل فى بعض الحالات إلى ثمانى أو تسع شركات، وتصل نسبة مساهمة «الشركة الأم» فى هذه الشركات إلى نسبة كبيرة تتراوح فى معظم الأحوال بين ٨٩ ـ ٩٨٪ (راجع جدول (١) والملحق الإحصائى حول الشركات التابعة).

هناك مخاطر نشوء «أوضاع احتكارية» فى المستقبل، فى بعض قطاعات الخدمات الحيوية مما يؤدى إلى ممارسة أساليب احتكارية للتسعير، قد لا تتناسب مع «القدرة على الدفع» لمستهلكى الطبقة الوسطى

٣ـ أن عضوية مجالس إدارة تلك المجموعات، يظل معظمها محصوراً فى أيدى أعضاء «مجلس العائلة» من المؤسسين.

٤ـ أن هناك قدراً كبيراً من الشك حول حجم «رأس المال المدفوع» للشركة القابضة للاستثمارات المالية (لكح جروب)، حيث يبدو أن هناك مغالاة واضحة فى حجم رأس المال مما يؤدى إلى تصوير نسبة إجمالى الخصوم والمديونيات إلى حقوق الملكية بأقل من حقيقتها.

[٤]

يمكن القول بأن «حقبة التسعينيات» قد شهدت تمثيلاً قوياً لرجال الأعمال فى الجهاز المصرفى، سواء كمشترين لحصص رئيسية من أسهم البنوك المطروحة للخصخصة، أو كأعضاء فى مجالس إدارات البنوك المنشأة وفقاً لقانون الاستثمار. ولعل أبرز الأمثلة فى هذا الصدد:

(١) بنك مصر إكستيريور: حيث يظهر أنسى ساويرس (الأب) كعضو مجلس إدارة، كما يظهر محمد الجارحى ـ أحد رجال الأعمال «المتعثرين مالياً» ـ كمساهم رئيسى فى رأس مال البنك.

(٢) بنك مصر العربى الأفريقى: (مجموعة منصور ـ المغربى)، وتحديداً: محمد لطفى منصور، ياسين إبراهيم لطفى منصور، أحمد أمين المغربى ومحمد عاكف أمين المغربى.

(٣) البنك الوطنى المصرى: عبد المنعم سعودى وصفوان أحمد ثابت.

ومن ناحية أخرى، يتواجد معظم رؤساء تلك المجموعات المالية الكبرى كأعضاء فى مجلس إدارة المركز المصرى للدراسات الاقتصادية. وقد تأسس هذا المركز فى عام ١٩٩٢، بمبادرة من القطاع الخاص «لتدعيم ومساندة الإصلاح الاقتصادى، عن طريق القيام ببحوث تطبيقية ونشرها وتقديم المشورة والعون للقائمين على صنع السياسة الاقتصادية»، وذلك حسبما جاء فى ديباجة نشراته.

وتضم عضوية مجلس إدارة المركز شخصيات من كبار رجال الأعمال:

ـ جلال الزربة، رئيس مجلس إدارة شركة النيل للملابس الجاهزة (نائب رئيس مجلس إدارة المركز).

ـ محمد لطفى منصور، رئيس مجلس الإدارة والعضو المنتدب لشركة مانتراك، ورئيس مجلس إدارة مجموعة «منصور موتورز» (الأمين العام للمركز).

ـ إبراهيم كامل، رئيس مجلس إدارة «شركة كاتو أروماتيك».

ـ أحمد بهجت، رئيس مجلس إدارة «مجموعة شركات بهجت».

ـ أحمد عز، رئيس مجلس إدارة «مجموعة العز».

ـ أحمد المغربى، رئيس مجلس إدارة «شركة أكور» للفنادق.

ـ رشيد محمد رشيد، رئيس مجلس إدارة شركة فاين فودز جروب.

ـ شفيق بغدادى، رئيس مجلس إدارة شركة فريش للمواد الغذائية.

ـ محمد شتا، رئيس مجلس إدارة المجموعة الدولية للاستثمار.

ـ محمد شفيق جبر، رئيس مجلس إدارة مجموعة أرتوك.

ـ محمد فريد خميس، رئيس مجلس إدارة مجموعة شركات «النساجون الشرقيون».

ـ معتز الألفى، العضو المنتدب ـ الشركة الكويتية للأغذية (أمريكانا).

ـ محمد تيمور، العضو المنتدب ـ المجموعة المالية المصرية (هيرميس).

ـ منير عبد النور، رئيس مجلس

الإدارة والعضو المنتدب - شركة فيتراك للصناعات الغذائية.



والذى يلفت النظر بهذا الصدد، هو أن هذا المركز «المصرى» يتم تمويل أنشطته، بصفة أساسية، بواسطة أموال «هيئة المعونة الأمريكية»، و«مديره التنفيذى» هو أحد خبراء البنك الدولي القادمين من الخارج. ولعل هذه الأوضاع المؤسسية تؤثر (من حيث التمويل) على «الرؤية المستقلة» لمجتمع كبار رجال الأعمال، ومنهج المعالجة لقضايا التنمية والتطور الاقتصادى فى مصر. ولعل تلك «الصيغة» تعتبر صيغة فريدة من نوعها لمراكز «البحث والفكر» التى ينشئها رجال الأعمال فى بلدان العالم النامى.

ولاشك أن الوضع أفضل فى اتحاد الصناعات، والغرف التجارية، من حيث الاستقلالية والمرجعية الفكرية.

[٥]

وحول الدور السياسى والمسئولية الاجتماعية لرجال الأعمال يشير الزعيم «سعد زغلول» فى مذكراته الخاصة إلى العلاقة بين التجارة والحياة السياسية. إذ يقول «سعد زغلول» فى مذكراته: «التجار لا يشتغلون بالأمور العمومية إلا بمقدار ما تروج به بضاعتهم عند العامة. لا يهمهم بعد ذلك «شكل الحكومة» إن كانت مقيدة أو مطلقة»!

وهذه الأقوال لسعد زغلول - زعيم الأمة فى مطلع العشرينيات من هذا القرن - لها أهميتها، من حيث إنها تطرح العلاقة بين «التجار» و«أرباب السوق» عموماً وقضية الديمقراطية فى مصر. وهل هناك مصلحة حقيقية وأصيلة لرجال الأعمال و«أرباب السوق» فى النظام الديمقراطى، وتعاظم دور قنوات التعبير عن الرأى العمومى؟! إذ إنه وفى ظل انتشار العديد من «الممارسات الفاسدة»، التى نشهدها من حولنا فى عالم الأعمال والمال الجديد، تصبح الرغبة فى الحفاظ على الأشكال والمؤسسات الديمقراطية وحرية الرأى رغبة واهنة إن لم تكن معدومة.

علي صعيد «المجموعات المالية الكبرى» ذات الطبيعة القابضة، يمكن رصد ما يمكن تسميته «العشرة الكبار» فى هذا المجال. تلك المجموعات التى توسع نشاطها بشكل هائل خلال حقبة التسعينيات، لتشكل «امبراطوريات» جديدة فى عالم المال والأعمال

وضمن هذا السياق، لابد أن نطرح السؤال المهم التالى: هل يقوم رجال الأعمال بمسئوليتهم الاجتماعية فى مصر؟ وهل يتم ذلك من تلقاء أنفسهم أم تحت ضغوط معينة؟ وما هو الهدف الحقيقى من تبرعات ومساهمات رجال الأعمال الاجتماعية؟ هل هى الرغبة فى تدعيم النفوذ والفوز فى الانتخابات البرلمانية أو رئاسة وعضوية الجماعات والمنتديات الاقتصادية التى أصبحت تمثل كيانات ذات تأثير قوى فى صنع القرار؟

تلك التساؤلات كانت محور دراسة استطلاعية أجراها مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة مؤخراً، حول المسئولية الاجتماعية لرجال الأعمال. وبلغ مجموع العينة التى تناولتها الدراسة ٦٤ رجل أعمال.

وعن أهم الإسهامات الاجتماعية لرجال الأعمال فى مصر، فقد جاءت بالترتيب التالى، وفق نتائج الاستطلاع المذكور: ١٤٪ لتوفير فرص عمل للشباب، ١٣٪ لسداد مصروفات الطلاب غير القادرين، ١٠٪ لتقديم مساعدات للفقراء، ٨٪ لدعم المشروعات الصغيرة، ٨٪ لإنشاء وتطوير المدارس، ٧٪ لتوفير الرعاية الصحية للمحتاجين، ٦٪ لتوفير الملابس للطلاب، ٦٪ لتطوير الخدمات الطبية، ٥٪ لشراء الكتب المدرسية.

وحول المقصود بجمعيات رجال الأعمال، أكد ٦٢٪ من رجال العينة أنها «تجمع لرجال الأعمال» لتبادل الآراء وخدمة مصالحهم، و١٠٪ يرون أنها «كيان اجتماعى»، و٣٪ أنها قامت بهدف التنسيق مع «أجهزة صنع القرار». ويؤكد ٢٥٪ من رجال الأعمال أن الهدف من هذه الجمعيات التعرف على مجموعة أخرى من نظرائهم، و٢٠٪ يرون أن الهدف هو «تحقيق الربح» للمشاركين فيها، و١٦٪ يشيرون إلى أن الهدف اجتماعى، و١٠٪ يؤكدون أنها «جماعات ضغط لتحقيق مصالحهم».

ولعل ما جاء فى مقال حديث للدكتور إبراهيم شحاتة يؤكد قصور جانب «المسئولية الاجتماعية» فى مجمل نشاط كبار رجال الأعمال فى مصر. إذ يشير إلى أنه من المفترض: «أن مهمة القطاع الخاص لا تقتصر على تحقيق أكبر قدر من الربح، وإنما تشمل أيضاً الإسهام بجزء من هذا الربح فى تقديم الخدمات الاجتماعية أو لتحقيق قدر أكبر من الرفاهية للمجتمع». ويستطرد: «هذه المسئولية الاجتماعية هى إحدى السمات الرئيسية للرأسمالية المستنيرة، بالمقارنة برأسمالية من يغتنمون فرص النهب السريع ويتبعونها بتهريب أموالهم إلى الخارج (رأسمالية النصابين) أو برأسمالية الذين يتكسبون من وراء فرص تتيحها لهم قرابة أو صداقة فى دوائر الحكم (رأسمالية المحاسيب) وكلاهما من شأنه - بعد فترة تطول أو تقصر - انهيار الاقتصاد الحر والمزيد من التوتر الاجتماعى. والثروة كسماد الأرض، إذا انتشرت تفيد الجميع، وإذا تمركزت على بقعة معينة أفسدتها» (راجع: الأهرام، ١٧ أبريل ٢٠٠١، ص١٠). ■

الفئات الرأسمالية الجديدة

ملحق

بيان بالشركات التابعة للمجموعات القابضة

محل الدراسة ونسبة المساهمة فيها

المصدر: أحدث القوائم المالية المنشورة

م	اسم الشركة القابضة (المجموعة)	الشركات التابعة: اسم الشركة	%
١	شركة أوراسكوم هولدنج للفنادق	١. شركة مقبلا للفنادق	٩٩,٩٩٪
		٢. شركة الخمسة للفنادق والمنشآت السياحية	٩٩,٩٧٪
		٣. شركة الشبة للفنادق والمنشآت السياحية	٩٩,٩٪
		٤. شركة أوراسكوم للإسكان	٩٩,٩٪
		٥. شركة شدوان للفنادق (النور سابقًا)	٩٩,٩٪
		٦. شركة مارينا (١) للفنادق والمنشآت السياحية	٩٩,٩٪
		٧. شركة الجولف للفنادق والمنشآت السياحية	٩٩,٩٪
		٨. شركة مارينا (٢) للفنادق والمنشآت السياحية	٩٩,٩٪
		٩. شركة مارينا (٣) للفنادق والمنشآت السياحية	٩٩,٩٪
		١٠. شركة باراديسيو للفنادق والمنشآت السياحية	٩٠,٠٪
		١١. شركة الدوار للفنادق	٩٩,٩٪
		١٢. شركة الجونة	٨٧,٠٪
		١٣. شركة الميزة للفنادق	٩٩,٩٪
		١٤. شركة ميد طابا	١٠٠,٠٪
		١٥. شركة ريحانة للفنادق	٥٩,٩٪
		١٦. شركة الجونة للفنادق	٧٦,٠٪
		١٧. شركة طويلة للفنادق	٦١,٤٪
		١٨. شركة الجونة للنقل السياحي	٥١,٠٪
		١٩. شركة أكاسيا للفنادق	٦٢,٩٪
٢	الشركة القابضة للاستثمارات المالية (لكح جروب)	١. شركة تريدنج ميديكان سيستم إيجبت	٩٧,٦٪
		٢. شركة ميديكيب للتجارة والمقاولات	٩٧,٨٪
		٣. شركة إميتريد للتجارة والمقاولات	٩٧,٠٪
		٤. شركة الاستثمارات الصناعية	٩٨,٠٪
		٥. شركة المصنع العربي للحديد	٩٧,٩٪
		٦. شركة الصناعات الاستهلاكية	٩٨,٠٪
		٧. شركة كويست كونسالت التجارية	٩٧,٥٪
		٨. شركة إدك المراكز الطبية	٩٨,٠٪
٣	مجموعة العز	١. شركة مصانع العز للصلب	٩٠,٧٪
		٢. شركة العز للسيراميك (الجوهرة)	٩٧,٨٪
٤	شركة أوليمبيك جروب للاستثمارات المالية (مجموعة السلام)	١. شركة القاهرة للصناعات الدقيقة	٨٩,٠٪
		٢. شركة القاهرة للصناعات المتطورة	٩٠,٠٪
		٣. الشركة الأولى للتجارة والتسويق - أونو	٩٠,٠٪
		٤. شركة المنتجات الهندسية والتوكيلات	٩٢,٠٪
		٥. شركة أوليمبيك إستورز للتجارة والتوزيع	٩٠,٠٪
		٦. شركة الدلتا الصناعية - إيديال	٧١,٨٪
		٧. الشركة الدولية للصناعات المتطورة	٥١,٠٪
		٨. شركة القاهرة للصناعات الخفيفة	٢,٥٪
		٩. شركة القاهرة للصناعات الهندسية الحديثة	٦٤,٩٪
٥	شركة الإسكندرية للاستثمار العقاري (طلعت مصطفى وشركاه)	١. شركة نوفوبارك القاهرة	٤٦,٩٪
		٢. الشركة العربية للمشروعات والتطوير العمراني	١٠٠,٠٪
		٣. شركة الإسكندرية للمشروعات العمرانية	٣٢,٠٪
٦	شركة النساجون الشرقيون (محمد فريد خميس)	١. شركة الياف النساجون الشرقيون	٩٩,٠٪
		٢. شركة النساجون الشرقيون إنترناشونال	٩٤,٠٪
		٣. شركة النساجون الشرقيون بالولايات المتحدة	٦٣,٠٪
٧	المجموعة المالية المصرية (هيرمس)	١. المجموعة المالية للسمسرة في أوراق مالية	٩٩,٨٪
		٢. المجموعة المصرية لإدارة صناديق الاستثمار	٧٤,٨٪
		٣. المجموعة المصرية لإدارة المحافظ المالية	٦٦,٠٪
		٤. هيرمس للوساطة في الأوراق المالية	٩٧,٧٪
		٥. لإدارة صناديق الاستثمار هيرمس (HFM)	٩٠,٠٪
		٦. Hermes Corporate Finance Co.	١٠٠٪
		٧. EFG Hermes Advisory Inc.	١٠٠٪
		٨. Hermes Financial Management ltd	١٠٠٪
		٩. المجموعة المالية - هيرمس لترويج وتغطية الاكتتاب	٩٩,٧٪
		١٠. المجموعة المالية هيرمس لتداول السندات	٩٩,٠٪
		١١. إي إف جي هيرمس للخدمات الإلكترونية	٩٩,٠٪
		١٢. إي إف جي هيرمس للإدارة	٩٦,٢٪
٨	شركة الأهرام للمشروبات (مجموعة الزيات)	١. شركة ريتش للتجارة والتسويق	٩٨٪
		٢. شركة الأهرام للتصنيع وتعبئة المشروبات	٩٨٪
		٣. شركة النيل للمشروبات	٩٨٪
٩	شركة إنترناشونال إلكترونكس العالمية للإلكترونيات (أحمد بهجت وشركاه)	١. الشركة العالمية للأجهزة الكهربائية	٦٠,٠٪
		٢. شركة جولدي للتجارة والتوزيع	٩٩,٠٪
		٣. شركة جولدي للصيانة	٩٩,٠٪
		٤. شركة جت للإلكترونيات والتجارة	٩٩,٠٪
		٥. الشركة المصرية لصناعة البلاستيك	٨٠,٠٪
		٦. الشركة المصرية لصناعة اللوحات الإلكترونية المطبوعة	٨٠,٠٪